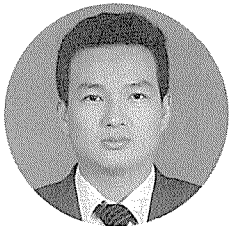


유 공

사보제작은 나에게 보람과 꿈을



민 철 환

〈유공 홍보실〉

이사의 경영활동은 수 많은 종류의 일들로 이뤄지고 있으며, 사보를 제작한다는 것도 물론 그런 경영활동의 하나로써 다소 특이한 직무로 여길 수 있다. 회사내 임직원들간 혹은 개별단위조직간의 원활한 커뮤니케이션을 이루게 한다거나, 특히 사외보의 경우, 회사의 사업내용 인지도 제고라거나 이미지 향상등이 사보 제작의 주요 목적이리라.

입사 이후 마케팅에서 근무를 하던 나는 독문학 전공자로서 PR 부서에서 일을 하면 특기를 발휘하여 회사를 위해 좀 더 기여할 수 있으리라는 생각으로 '94년초 이동을 희망하여 홍보실로 와 현재

사보제작업무를 맡고 있다.

유공 홍보실에서는 여러가지 책을 만들고 있다. 월간 사외보 「유공」외에 환경정보지 「유공뉴스레터」 등등 하여 4가지에 이르고 있다. 특히 월간 사외보 「유공」지의 경우 '95년도 한국사보대상(사보기자협회 주관)에서 취재기자부문상을 받았고, 같은 해 잡지협회로부터도 편집부문 특별상을 받기도 하였다. 보람의 결실을 듬뿍 얻은 '95년은 홍보실로서도, 또 나 개인에게도 정말 뜻깊은 해였다고 말할 수 있다.

내가 사보중 사외보 「유공」을 제작하면서 겪었던 몇가지 일들과 소감을 회고해 보고자 한다.

나의 삶의 터전인 유공에 기여할 수 있어야 한다는 것 그리고 내가 만든 사보를 읽어주는 고마운 그리고 사보에 적힌 글자 하나 하나로 인해 정신적 영향을 받게 될 독자분들에게 정말로 좋은 정보를 드려야 한다는 것 등 두가지가 내가 사보를 만들면서 가졌던 사명의식이였다.

사보를 만들면서 많은 훌륭한 분들과 접촉하는 기회를 가질 수 있었고, 제작진행과정에서 여러가지 에피소드를 경험하게 되었다.

사외보 「유공」에는 인물초대석이라고 하는 인터뷰 코너가 있다. 대중한테 교훈이 될 삶을 사는 분들을 만나 인터뷰하는 것인데, 그 분들과의 만남은 나에게 너무나

소중한 경험이 아닐 수 없었다. 시민의식 등 사회 도덕문제에 대해 남다른 관심과 노력을 기울이는 손봉호 교수, 청춘가수로서 대중문화에 깊은 뿌리를 형성시킬 정도로 70, 80년대 많은 노래를 불렀던 양희은 씨, 김동완 기상통보관, 귀순용사 김용 씨, 김린 씨 등등 훌륭한 분들을 직접 만나면서 나는 큰 감동의 순간들을 접할 수 있었다. 생명을 신성하고 존귀하게 여기는 인간관을 지니고, 남을 위해 자신을 희생시키는 일의 기쁨을 알며, 항상 노력하며 사는 그들의 모습들은 내가 평생 잊지 못할 기억으로 마음에 각인되었다.

책을 만드는 사람에게 있어 「교정」이라고 하는 부분처럼 힘들고 큰 책임이 뒤따르며 하지만 별로 노력의 티가 안 나타나는 것이 없다. 나 역시 사보를 만들면서 오탈자가 없도록 항상 노력을 기울였지만 100% 무실수는 불가능한 일인지 오탈자로 인한 에피소드를 갖게 되곤야 말았다. 납기내에 인쇄가 다 끝나 느긋한 마음으로 부장님께 사보를 보여드리며 칭찬을 기다리던 어느 토요일 오후, 주말의 기쁨을 송두리째 뿔아갈 충격적 사건이 발생했다. 중대한 오타를 발견하신 부장님은 나에게 「조치하라」는 명령을 하달하셨다. 나는 즉시 스티커작업 준비에 들어갔고 밤을 하얗게 지새며 스티커를 붙여대야 했다.

그 일이 있는 후 인쇄가 끝나 부서에 납품되는 날은 나에게 이루 말할 수 없는 초조감을 갖게 했다. 「혹시 오타 없나? ...」

작년에 두 가지 상을 받게 된 일은 나에게 너무도 큰 기쁨을 주었다. 1년간의 고생을 통해 쌓였던 온갖 피로와 스트레스가 한순간에 사라지는 듯했다. 한편으로 나는 새삼 명심하였다. 내가 만드는 사보가 많은 분들한테 뭔가 좋은 것을 드러야 한다는 것. 생의 의미에 대해 관조하는 태도와 도덕 그리고 기타 여러 깊고 참된 가치가 무너져 가는 현대사회에 소금의 역할을 할 수 있도록 노력해야 한다는 것을.

사 보담당자라는 칭호를 받은 지 꼬박 일년이다. 십수년을 사보와 씨름하신 분들이 즐비한데 이제 들바기 주제에 사보가 「아직도」 어렵니, 힘드니를 운운한다는 것은 분명 불경죄에 해당될 줄로 안다. 그러나 한달 내내 고생해서 만든 사보가 재활용 폐지 모음통에 손자국 하나 없이 버려져 있는 것을 볼때, 원고 청탁을 할 때마다 사우들에게 사보의 무슨 칼럼을 알고 있는 지부터 확인해야 할 땐 역시 사보일이 어렵고 힘들다는 것을 느끼지 않을 수가 없다.

94년 9월로 창간 25주년을 맞은 호남정유 사보는 매달 25일이면 본사와 공장, 지사 등 각지의 사우들과 주유소 경영자들, 그리고 사외 독자들을 대상으로 발행되고 있다. 역사만큼이나 오랜 「사보만들기」의 형식상·내용상의 변화는 많은 전설들을 낳았다. 특히 1월 1일은 대개 인사이동과 걸리기 마련인데 월말 발행인 이유로 인사이동은 「사보만들기」에 치명적이다.

한 예로 다음과 같은 일이 있었다. 인쇄가 돌아가고 있는 도중에 기계를 세우고 조금 전에 발표된 임원 세분의 인사이동 내용을 듣고 편집회사에 갔다. 총무로의 편집회사에서 일을 마치자마자 양평동의 인쇄소까지 달려야 하는데 갑자기 눈이 온다. 그래도 가야만

한다. 결국 한강을 넘는데만도 반나절이 걸려 낮 12시에 출발한 것이 밤 9시가 되어서야 도착했고 그제서야 일을 시작했다.

이처럼 사보에 얽힌 지난 45년 전의 이야기를 들을 때부터 나는 잔뜩 기죽기 시작했다. 「세상에, 무슨 이런. 미리 준비할 수도 없고 그렇다고 마무리가 다 되었다고 해도 손을 뗄 수 없는 일이 다 있단 말인가!」 난 이 일은 실체가 없는 허무한 일이라고 스스로 규정해 버렸다.

그러던 중에 어떤 분이 말했다. 『혹 입사 준비생이 그 회사 면접에 대비하고 있다면 그 회사 사보를 추천한다.』고 말이다.

사보는 의도했던 하지 않았든 회사의 향기가 묻어 있다. 세네 권만 보더라도 당시는 이미 반은 그 회사 사람이라는 것이다. 순간 사보 담당이 후세에 남겨질 역사를 집필하는 회사의 「사관」이라고 불리워지는 이유를 알았다. 그렇다면 그 역사는 사우들과의 보이지 않는 의사소통이 밑바탕 되어야 진정한 역사 집필이 될 것이다. 그동안 사보 일이 실체없는 것처럼 느껴졌다면 그것은 나와 독자들 사이에 의사소통이 없었기 때문일 것이다.

그래서 이제 사우들과 함께 일하고 함께 기뻐하고 함께 힘들어하는 사보가 되기 위해 늘 깨어있는 담당자가 되자는 것이 올해 목

호남정유

회사의 향기
묻어있는
사보만들기



이 수 정

<호남정유 홍보광고팀>

표이다.

석유협회보 창간이 15년째로 접어든다. 사보와 마찬가지로 석유협회보에는 우리 석유업계 종사자들의 애환이 담겨 있다. 이를 위해 애쓰시는 분들께 축하의 말씀을 드리며 아울러 독자의 입장에서 더욱 열린 석유협회보가 되길 기대해 본다.

한화에너지

다시 찾고 싶은 주유소



이희승

〈한화에너지 영업기획팀〉

「다시 찾고 싶은 주유소」는 이름 그대로 한화에너지가 고객과 에너지프라자 가족에게 늘 편안하고 친절한 주유소를 만들어 가기 위해 퍼내는 뉴스 내지는 정보지의 성격을 띤다.

주요 독자층은 전국 한화에너지 주유소 사람들이다. 올해부터 일반

소비자에게도 희망자에 한해 발송하고 있다.

지난 93년 하반기에 2회 발행을 시작으로 94년 정식 창간하여 작년까지만해도 격월간이던 것을 월간으로 바꾸고, 24페이지로 증면하는등 부수도 증가했다.

5×7배판의 전면 컬러로 만들어지는 「다시 찾고 싶은 주유소」는 처음의 CS뉴스지 성격에서 정보제공과 함께 사보의 성격으로 점차 확대하고 있다.

매호 기획을 잡을때 가장 역점을 두는 분야는 고객 서비스 부문. 특히 현장에서 직접 고객과 만나는 판매사원들에게 도움이 되는 정보를 제공하는데에 역점을 둔다.

전반적인 내용은 회사정책을 쉽게 소개하는 코너, 새로이 오픈한 주유소 소개 또는 우수주유소 탐방, 그리고 편안하게 읽고 넘길 수 있는 콩트나 문화단신까지 주유소가족들에게 작게나마 정보와 함께 흥미거리를 제공해 주고자 애쓴다. 뿐만 아니라 「다시 찾고 싶은 주유소」에서는 변화하는 주유소 환경에 대응하기 위한 경영조언 칼럼도 연재된다. 예를들어 주유소들의 세차기 설치 경영의 잇점과 경영상의 효과에 대한 내용도 실는다.

물론 요즈음처럼 홍보물이 범람하는 시대 속에서 눈에 띄는, 기억에 남는 사외보를 만들기가 여간 어려운 일이 아닌가 싶다. 정보수집, 취재, 기획회의등을 거쳐 나름

대로 열심히 이리저리 뛰지만 새로운 한권의 사보를 받으면 언제나 미흡할 뿐이다.

앞으로의 계획이라면 「다시 찾고 싶은 주유소」가 거창하고 대단한 얘기는 아닐지라도 잔잔하고 흐뭇한 이야기, 그리고 주유판매원들에게 정말 필요하고 공감이 가는 내용을 실어, 그들과 함께하는 손에 늘 쥐어져 있는 사보가 되기 위해 노력하는 것이라고나 할까.

쌍용정유

오자 한개의 실수도 용납안되는 작업



이승연

〈쌍용정유 홍보실 사보과〉

모르고 사보 한번 만들어 보겠다고 뛰어든 지도 벌써 다섯 해, 남들보다 한달을 앞서 살면서도 「마감」이라는 족쇄

에 얽매이고, 한편을 끝내면 또 바로 다음 달 호를 걱정해야 하는 빠듯함으로 한달 한달을 지내다 보니 흐른 듯 싶지 않게 벌써 꽤 많은 시간이 흘러갔다.

81년 「공장소식」으로 시작해 91년에 제호를 바꿔 재창간한 사보 「쌍용정유」도 어느새 많이 성장했다. 창간 당시 44쪽의 얇은 책이 어느덧 60쪽으로 두툼해졌고, 4천부 발행에서 나날이 독자가 늘어 현재는 약 7천 부에 달하는 책을 인쇄하고 있다.

사보와 함께 한 5년 삶을 이번 기회에 돌이켜 보니 크고 작은 사건들이 줄을 이었던 시간이었다. 청탁했던 모 대학 교수 원고가 전달되는 과정에서 분실돼 마감 2일을 남기고 급하게 다른 사람에게 청탁해 겨우 날짜를 맞출 수 있었던 일, 우편발송하기 위해 용역업체로 전달했던 사보 3천여 권이 감쪽같이 사라져 급하게 재인쇄했던 일, 사보의 사진자료로 쓰기 위해 맡겨 놓았던 사진들이 분해를 전문으로 하는 회사에 불이 나는 바람에 몽땅 타버렸던 일 등등 웃지 못할 일들이 참 많았다. 지나고 보니 한때의 에피소드 정도로 기억되고 있지만 그 당시는 세상이 무너진 것처럼 호들갑스럽게 야단법석을 떨었었다.

사보는 매달 편집기획에서부터 원고 청탁, 인터뷰 대상 인물 섭외, 취재, 그리고 기사 작성과 교정을

보기까지 한달을 주기로 똑같은 업무가 순환한다. 때로는 매너리즘에 빠지기도 하고 슬럼프에 빠져 머릿속이 멍해지면 단 한줄도 쓰지 못할 때가 있다. 가장 힘든 순간이다. 그러나 매달 새로운 사람을 만나서 가슴에 조그만 파문을 남기는 감동을 맛보는 것은 큰 수확이다. 5년동안 장기 연재하는 꼭지중에 사우들 가정을 방문해 그들 삶의 진솔한 이야기를 담은 난이 있다. 어떻게 보면 모두가 평범하고 비슷한 삶이지만 나름대로 안겨주는 감동은 색다르다. 그리고 각계각층의 여러 외부 필자원고를 청탁하고 받으면서 긴 시간은 아니지만 잠깐이나마 그들과 얘기하는 동안 또다른 삶의 교훈을 얻는다.

사보를 만들면서 절실하게 배운 한가지가 있다. 많은 독자들을 대상으로 하는 인쇄매체는 오자 한개의 실수도 용납하지 않는다는 것, 사실 일반 독자는 발견 못하고 그저 스쳐 지나가 버릴 수도 있다. 하지만 독자가 몰라주길 바라며 안이하게 책을 만드는 것은 어떻게 보면 독자들을 기만하는 것일 수도 있다. 그러나 눈이 시리다 못해 나중에는 세상이 뿌옇게 보일 정도로 교정을 봐도 책이 나오면 도대체 어디 숨어 있었는지 꼭 한두 개 정도 슬금슬금 기어나와 얼굴을 화끈거리게 만든다.

때로는 한달간 흘린 땀의 결과

가 그냥 휴지통으로 버려지는 것을 목격하기도 하지만 『잘 소개해줘서 고맙다』 또는 『매우 유익하게 보고 있다』는 내용의 전화나 엽서를 받을 때면, 뭔가 조금은 의미있는 일을 하는 것 같아 흐뭇해진다. 어떤 목적과 내용으로 사보 한편을 만들어야 할지 새삼 생각하게 하는 순간이기도 하다.

현대정유

꼬마아이가
웃고 있는 사보,
만나보셨습니까?



김 주 영
〈현대정유 홍보팀〉

세상에 아이들의 티없이 맑은 얼굴과 천진한 웃음소리, 새까만 눈동자 보다 더 아름답고 순수한 것이 또 있을까?

현대정유의 사보 「現代精油」를 대표하는 것이 있다면 아마도 남

다른 표지가 아닐까 한다. 사보를 받아보면 표지 가득히 때로는 예쁜 여자 아이가 때로는 개구장이 남자 아이가 티없이 맑은 미소를 띄우고 있기 때문이다.

지난 '92년 10월 「極東精油」라는 제호로 처음 발간되기 시작했을 때는 계간으로 발간되었는데, 당시에 임직원들의 호응도와 참여도를 높이기 위해 임직원과 그 자녀를 모델로 하는 표지를 만들어 임직원들로부터 좋은 반응을 얻었던 적이 있다.

93년 7월 회사가 현대정유로 새롭게 출발하면서 동시에 사보도 「現代精油」라는 제호의 격월간으로 발간되기 시작했고 사보가 지금의 틀을 갖추게 된 것은 95년 1/2월호 부터이다.

사내외보 혼합보의 성격을 가지고 있지만 사보 「現代精油」가 지향하는 바는 여타 대부분의 사보들과 마찬가지로 사내 종업원들간의 화합을 다질 수 있는 작은 마당이 되고자 하는 목적을 가지고 있다. 지금까지 평균 60페이지로 발간되던 것을 이번 96년 1/2월호부터는 좀더 알찬 내용으로 꾸며보고자 72페이지로 규모를 확대해 발간하고 있다.

어린 아이를 모델로 한 사보 표지가 거의 드물기 때문에 이에 대한 사내외의 반응이나 평가는 비교적 좋아 모신문에 화제거리로 오른 적도 있었다.

한번은 외부 독자 한 분이 우연히 우리 사보를 보고 표지의 아이가 너무나 귀엽고 예뻐서 꼭 그 사보를 가지고 싶다는 편지를 보내온 적이 있었다. 물론 그 편지를 받은 사보 담당자가 얼마나 흐뭇하고 기뻐할런지는 아마도 상상할 수 있을 것이다.

또 사내 임직원들의 자녀나 전국 오일뱅크 가족들의 자녀만을 대상으로 하여 표지모델을 선정하는데, 이에 응하는 부모들의 편지나 사진이 워낙에 많아 이들을 다 하려면 몇년동안 해도 모자랄 정도다. 지사에 근무하는 어떤 분은 자신의 딸을 표지로 하고 싶다면 몇번씩이나 전화를 해 보이지 않는 압력을 넣는 바람에 곤란한 적도 많았다. 하지만 이 모든 것들이 사보 「現代精油」에 대한 관심과 사랑의 표현이라고 생각하면 어찌 고맙지 않겠는가!

아이의 얼굴을 표지 가득히 해서 편집해야 하다 보니 그것도 쉬운 일만은 아니어서 사보의 내지 편집은 다 끝났는데 표지디자인이 되지 않아 정해진 발행일을 넘긴 경우도 있었다.

더우기 95년까지는 사내에서 아마추어로 사진을 찍으시던 분이 표지촬영을 했었는데, 그러다보니 사진이 제대로 나오지 않아 재촬영을 하거나 인쇄전에 갑자기 모델이 바뀌는 경우도 있었다. 그래서, 올해부터는 외부전문사진작가

분께 의뢰를 했는데, 이번에는 모델인 아이가 한시간 반동안이나 울고 보채는 바람에 몇통을 찍은 필름중에 그나마 웃고 있는 것은 겨우 두세 컷에 불과했다. 이렇게 어렵게 어렵게 사보 「現代精油」가 발간되고 있다.

현대정유는 정유업계와 주유소업계의 신세대임을 자부한다. 그런 만큼, 사보 「現代精油」도 다른 사보들과 다른 면을 보여주고 싶다. 하지만, 담당자의 역량의 부족과 주어진 여건의 한계로 인해 아직 욕심만큼 창의적이고 신세대다운 면모를 제대로 보여주지 못하고 있어 아쉽다.

사보 담당자로서 한번쯤 큰 욕심을 부려본다면 사보 「現代精油」가 기존 사보의 틀을 과감히 깨고 변화를 이뤄낼 수 있으면 하는 것이다. 그렇게 되기 위해서는 담당자로부터의 변화가 절실하리라는 것을 이 글을 쓰면서 새삼 깨닫는다.

인쇄되어 나온 한권의 사보를 손에 쥐어 들면 못난 내 자식을 남들 앞에 내놓는 것 같아 부끄럽고 아쉽다. 하지만 이렇게 못난 사보를 보고도 매번 열심히 엽서를 보내오는 사우들과 독자 여러분의 애정에 오늘도 고민에 빠져본다.

“다음에는 무엇을 어떻게 실어야 하나?” ☺